

# ANDORRA, CONTEXTO PRESENTE DEL TURISMO NODAL ENTRE FRANCIA Y ESPAÑA

*Dr. Tomás Cuevas*

*Mtro. Nicolás Berthet*

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Universitat de Girona

---

## Abstract

The problem of mobility in the context of tourism requires an analysis of different proposals that found in world destinations. Not only proposals that involve the compatibility of media transport, the cities environment, but also, to respond to the enhancement of the activity. This manuscript aims paradigm examination related government and private cooperation in transport as part of the phenomenon of tourism that is present in destinations that share borders. Currently a major visitor needs to settle on a destination, it is how transported from their place of origin to the chosen location within it? Nowadays, it has different means to access Andorra, in the border region of Catalonia, Midi-Pyrenees and Languedoc-Roussillon, from the car, plane, train and bus. However Andorra looking to be competitive as a destination, has given the media according to economic status, likes and preferences of the visitor. In this sense, determine the relations of cooperation and ties between the public and private actors involved in tourism activity and transportation.

---

**Keywords:** Region; Cross-border cooperation, transport, tourism, competitiveness, Catalonia, Midi-Pyrénées and Languedoc-Roussillon

---

## Resumen

La problemática de la movilidad en el contexto del turismo, requiere de un análisis de las diferentes propuestas que se encuentran en los destinos en el mundo. No solo las propuestas que implican la compatibilidad de los medios de transporte, con el entorno de las ciudades, sino además que responda a la potenciación de la actividad. El presente manuscrito pretende el examen del paradigma relacionado con la cooperación gubernamental y privado en el transporte como parte del fenómeno de la actividad turística que se encuentra presente en destinos que comparten frontera. Actualmente una de las principales necesidades por solucionar del visitante en un destino, es como transportarse de su lugar de origen al lugar

elegido y dentro de él. En la actualidad se cuentan con diferentes medios para el alcance de Andorra, en la región transfronteriza de Cataluña, Midi Pyrenees y Languedoc-Roussillon, que van desde el automóvil, avión, ferrocarril y autobús. Sin embargo Andorra en busca de ser competitiva como destino, ha considerado el medio de comunicación de acuerdo al nivel económico, gustos y preferencias del visitante. En este sentido se determinarán las relaciones de cooperación y lazos de unión entre el ámbito público y privado de los actores que intervienen en la actividad turística y el transporte.

---

**Palabras clave:** Región; Cooperación transfronteriza; transporte; turismo; competitividad, Cataluña, Midi-Pyrénées y Languedoc-Roussillon

### Introducción

El documento aborda una problemática esencial de comunicación y transporte en una zona aislada pero dinámica del Alto Pirineo Oriental, entre ellas el posicionamiento del Principado de Andorra como uno de los ejes sobre las dinámicas territoriales transfronterizas en una zona rural de alta montaña que constituye un corredor alternativo al Perthus entre dos centros económicos e industriales grandes del sur de Europa Toulouse y Barcelona.

Si bien, el turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias, no están motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal (Acerenza, 1984:22) Bajo este enfoque [...] *the recreational component associate with tourism, it is extremely difficult to separate the tourism industry from the travel industry. Both depend upon the same infrastructure and types of accommodations and services* (Seassoms & Henderson, 1999:122)

Es así como: “Desde mediados del siglo XX, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas de mayor crecimiento en el mundo. Entre los factores que explican este crecimiento se pueden mencionar el aumento del ocio y del tiempo libre, la disminución de los costos de comunicación y transporte, y el crecimiento de la población global” (Lazzari, Molina, Fernández, Chiodi, Chelmiki, Chiodi & Eriz, 2010: 55).

Mientras para Medaglia & Silveira opinan que: “Hoy el mundo se ha acostumbrado al turismo y muchos países que antaño eran destinos exóticos hoy ofrecen sus productos a mercado emisores tradicionales y más exigentes, al mismo tiempo que lo hacen a otros mercados emergentes”; y continúan señalando: “El nuevo escenario turístico mundial esta obligando el mercado a cambiar sus modelos como camino para garantizar su propia

supervivencia” (Ver, 2009: 531 y 542). Aparte que el: “*Tourism development in many countries has benefitted from international structural funding*” (Sharpley, 1999:164)

### **Antecedentes**

La problemática de la movilidad en el contexto del turismo, requiere de un análisis de las diferentes propuestas que se encuentran en los destinos en el mundo. No solo las propuestas que implican la compatibilidad de los medios de transporte, con el entorno de las ciudades, sino además que responda a la potenciación de la actividad. En la actualidad se cuentan con diferentes medios, que van desde el automóvil, avión, ferrocarril, autobús y barco dentro del destino escogido para cumplir con sus actividades, utilizan el transporte urbano, colectivo o público, el cual varía como pueden ser taxi, autobús, metro, auto de renta o a pie. La consideración del mismo estriba al nivel económico, gustos y preferencias del visitante.

Los sistemas de comunicación y transporte, son fenómenos de estudio poco analizados, no existe suficiente literatura como objeto de estudio, por lo que esperan aun para ser robustecidas por el examen empírico y aporte de teorías. Es así como: “[...] las posibilidades de accesibilidad creciente que proporcionan las mejoras técnicas y de transporte, los nuevos patrones temporales de consumo de ocio, la dominancia del consumo como elemento fundamental del ocio, y la diversificación de los contenidos recreativos, condicionan la frecuencia de los viajes a destinos de turismo urbano” (Gómez *et al*, 2005:19).

Ahora bien, así como el incremento del turismo ha propiciado en gran medida por el desarrollo de los medios de transporte, y han tenido que adaptarse a una demanda cada vez más exigente y sofisticada que busca buenos precios y calidad en sus desplazamientos. Así la actividad turística se ha establecido siempre en áreas provistas de alguna red de transporte o con posibilidades para ponerla en marcha (OMT, 1998:109-110)

Es decir, que lo que era una inmensa red de distribución mundial de todo tipo de productos y servicios turísticos ha entrado en crisis con la rebaja de los índices de comisiones del transporte aéreo, la presión de los grandes turoperadores, también en el sentido de rebajar las comisiones, y finalmente por la aparición de Internet, que ha significado un salto sobre estas empresas intermediarias. La supervivencia está, pues, en la especialización y en los llamados nichos de mercado (Moragues, 2006:53).

Un territorio competitivo es según estas visiones un entorno físico, tecnológico, social, ambiental e institucional propicio para atraer y desarrollar actividades económicas generadoras de riqueza y empleo. Las ciudades, y en nuestro campo los destinos turísticos,

son espacios claves para la promoción y creación de condiciones y factores de competitividad (González, 2009: 113)

La mayoría de las empresas no cuentan con suficiente información para entender su negocio en profundidad. Una infraestructura centrada alrededor del flujo de información, el sistema nervioso digital, le ayudarán a entender bien el negocio y a actuar con mayor efectividad (Ver Gates, 2000). Con la utilización de los diferentes medios de transporte como herramienta de los visitantes para recorrer un destino, se amplía la cobertura de los desarrollos turísticos, permitiendo una mayor accesibilidad y hacer la detección de rutas y probables servicios. Este fenómeno urbano, que apuesta por inversiones costosas y emblemáticas en grandes infraestructuras culturales y urbanismo, lo conocemos como ‘nuevo patrimonio’ (Marchena & Repiso, 1999:6)

La inadecuación del viario es hoy especialmente patente, en una sociedad en la que se han impuesto los medios de transporte mecanizados y particularmente el automóvil. Pero ya en otras épocas, aunque con mucha menor intensidad, se padecían los problemas derivados del tráfico rodando en las estrechas calles de los cascos históricos (Gutiérrez, 1998:242). El despliegue de mejores opciones para peatones como vehículos, constituye el reto en los destinos ya que en la medida en que se cuenta con mejores caminos, las opciones tanto para la comunidad local como para los visitantes se resuelve la problemática de desplazamiento.

No existe ninguna gran ciudad en el mundo, de tamaño y población, que haya resuelto el problema de transporte público con buses. Ciudades como, Londres, Madrid, París, Berlín, Hong Kong, Barcelona, Nueva York, Tokio, entre muchas otras, cuyas extensiones urbanas y poblaciones, tienen redes de Metro o trenes urbanos que superan los 200, 300 e incluso los 400 kilómetros. Es decir, “en ciudades que presentan buenos sistemas de transporte público, la mayor parte de la demanda es atendida por líneas de Metro o tecnologías similares (trenes suburbanos, trenes ligeros o tranvías), siendo el bus una alternativa minoritaria” (Sort, 2006: 12).

La transformación en los medios de carga ha sido una exigencia antigua en cualquier medio de transporte y atiende siempre a la lógica de la distribución de visitantes. A lo cual se requiere un sistema de transporte más eficiente que barato, y tiene que ser accesible, flexible y que tenga alternativas. Esto se consigue mediante la segmentación de cadenas de transporte, de manera que se puedan intervenir varios modos: Ferrocarril, barco, carretera y avión. En este caso, entre Andorra, Cataluña y Midi-Pyrénées.

Se constata la necesidad de desarrollar una oferta de servicios de transporte y comunicación en dos vías: por una parte, en la comunicación entre localidades cercanas a la

frontera a través de la mejora de los pasos ya existentes pero en condiciones deficientes o la creación de nuevos y, por otro lado, en el desarrollo, a futuro de puntos de paso transfronterizo complementarios con los actuales. (Cooperación Territorial Europea, 2007:22).

Como acota Medaglia & Silveira (2009: 542), “El nuevo escenario turístico mundial esta obligando al mercado a cambiar sus modelos como camino para garantizar su propia supervivencia”. *In general, therefore, if microstates want to increase their export earnings in order to maintain and improve their standard living, there may indeed be no economic alternatives to tourism for some of them if they lack other resources. Consequently, the task should be to lessen the negative impacts and to increase the positive impacts of tourism – or avoid folly if possible* (Wilkinson, 1989:161).

Su importancia radica, en que no existe pleno discernimiento de la cooperación y sus alcances en el transporte y la actividad turística, de forma que requiere cuestionarse, ¿De que manera el ferrocarril en la región de Cataluña, Midi-Pyrénées y Languedoc-Roussillon, es una opción de transporte de turistas para Andorra?; ¿Cómo el nivel de cooperación transfronteriza entre los entes gubernamentales y privados franco-españoles influyen en el transporte de Andorra? y ¿Es opción el transporte local para los visitantes, en su trayecto por Andorra, Cataluña, Midi-Pyrénées y Languedoc-Roussillon?

Con la cobertura de los medios de transporte mediante la cooperación transfronteriza, se amplía la responsabilidad de los actores tanto públicos como privados en el desarrollo turístico de una región, permitiendo una mayor accesibilidad no solo al destino, sino en la ampliación de rutas y servicios, como es el caso Andorra, Cataluña, Midi-Pyrénées y Languedoc-Roussillon, permiten el análisis contextual de las condiciones para su despliegue, su cuantificación y reconoce las barreras que suprimen la demanda de visitas, así como repercusiones socioeconómicas y sociopolíticas.

### **Naturaleza del transporte en la región de influencia de Andorra**

Los sistemas de transporte masivo realmente tienen la posibilidad de escoger entre modos alternativos de transporte. En el caso de la región Andorra, Cataluña, Midi-Pyrénées y Languedoc-Roussillon, no existen suficientes pasos transfronterizos.

La accesibilidad entre norte y sur del área se fundamenta en los dos pasos de carretera y ferrocarril del litoral mediterráneo y atlántico. La zona central no dispone de pasos de similar calidad durante todo el año. En la época de invierno varios pasos permanecen inaccesibles. Esta situación provoca, por un lado, la congestión continúa de los pasos de litoral, especialmente por el tráfico de mercancías y, por otro, el aislamiento de la parte

central, sin posibilidades amplias de comunicación con la parte norte o, incluso, con los pasos del litoral. Las dificultades de accesibilidad a nivel de la zona central añaden dificultad notable a la cooperación puesto que reducen la posibilidad de establecer contactos y encuentros así como de poner en marcha soluciones conjuntas (Cooperación Territorial Europea, 2007:21).

Los Pirineos (Ver Figura 1) y *El Principado de Andorra*, comparte frontera con Francia y España. En la colindancia a Francia con dos regiones francesas: (Midi-Pyrénées y Languedoc-Roussillon; al sur en España, con la comunidad autónoma de Cataluña. Así, únicamente se produce un estudio real del transporte como turismo cuando se utilizan para la movilidad del visitante en el destino. Porque,

[...], parece indispensable continuar los esfuerzos en comunicaciones de “interés transfronterizo limitado”, en especial en la zona central. En el terreno del transporte aéreo, la situación actual se caracteriza por el reducido número de líneas directas entre las distintas capitales regionales. Esta situación se agrava entre las aglomeraciones situadas a un lado y al otro de los Pirineos a causa de la barrera física de la cadena montañosa. (Cooperación Territorial Europea, 2007:22).

Ejemplo de ello, son las distancias reducidas (menos de 400 Km. entre Toulouse y Barcelona, las dos más lejanas), y la demanda pequeña para el transporte aéreo. Después de varios intentos sin éxito de operar vuelos entre Toulouse y Barcelona, Iberia vía su filial Regional Air Nostrum desde junio del 2010, no han sido exitosas (Ver [www.ladepeche.fr/article/2010/06/25/862260](http://www.ladepeche.fr/article/2010/06/25/862260)).

La planeación transfronteriza, “entendida como planeación del nivel local-local o intermunicipal, enfrenta varios retos sobre todo en la esfera institucional, donde los gobiernos locales tienen serias restricciones de tipo legal, ya que las constituciones de ambos países prohíben a gobiernos estatales y municipales llevar a cabo tratados con gobiernos extranjeros” (Peña, 2003: 10).

### **Frontera, competitividad y destino turístico**

*"Tourism activity, however, should not increase unless more effort is undertaken to mitigate local growth problems. Destination areas should adopt or refine themes and events that reflect their history, lifestyles, and geographic setting, with promotion of local attractions being subject to resident endorsement"* (Wilkinson, 1989:172). Es así como, durante la década de 1970, los académicos, los planificadores y otros representantes de la industria turística buscaron nuevas formulas para viajar que fuesen más respetuosas con el medio ambiente y las comunidades locales, así como entables con los inversores. (De

Esteban, 2008:68). El desarrollo del “turismo cultural y el urbano en general constituyen instrumentos estratégicos para superar estos problemas estructurales” (Marchena & Repiso, 1999:9).

Luego entonces, la costura de la frontera ha remplazado a la tradicional frontera cortada, lo que ha permitido abordar las situaciones transfronterizas en términos de planificación y desarrollo regional en la frontera, cuyos territorios registran unidades más grandes, como es el caso de las euro regiones. Pero esto no constituye en sí mismo un nuevo nivel de gobierno local o regional, sino un espacio en donde se da el intercambio entre los actores públicos y privados de uno o más países (Ver, Cazorla & Romani, 2008).

Es cierto que la planificación es el principal reto para el desarrollo de la actividad turística. Sea en el marketing de destinos o en el ámbito de la localidad, planificar es la única manera de obtener ganancias reales y duraderas del turismo para todos los actores, de turistas a autóctonos. (Medaglia & Silveira, 2009: 537).

Las estrategias y actuaciones en materia de transporte, movilidad y accesibilidad deben situarse siempre dentro de la perspectiva más amplia [...] el transporte constituye una condición necesaria para el desarrollo de las actividades por parte de la población y de los agentes económicos; y por otra, las actuaciones que se pueden abordar en materia de rehabilitación de viviendas y de revitalización de la actividad económica en los cascos históricos inciden de forma directa sobre la demanda del transporte (Gutiérrez, 1998:244).

### **Competitividad y destino**

*Tourists' cognitions (including attributions) influence behavior. As tourists continue to experience tourism continue to experience tourism activities, they will evaluate the outcome in terms of internal (personal) factors and external (situation) factors. If they attribute the outcome to internal factors, then logically they encourage themselves to improve their abilities and increase their efforts to achieve a more positive outcome.* (Jackson, White & Schmieder, 1996:808).

El destino y sus diferentes atractivos se encuentran íntimamente relacionados, con la oferta de transporte como es el caso

[...] del turismo cultural de Sevilla es interdependiente del desarrollo urbano y metropolitano. Aunque los obstáculos estructurales existentes (como las deficiencias en el transporte aéreo o los retos de la gestión de los recursos culturales y la ordenación del territorio) son en gran medida exógenos a la política turística y han de ser resueltos en el contexto del desarrollo sostenible de la metrópoli andaluza [...] (Marchena & Repiso, 1999:9)

Se requiere la planificación de la actividad turística basada en el reflejo del destino mediante la emoción, creencias y opiniones percibidas por los individuos, de tal manera que les provoque satisfacciones en su viaje, es decir no se requiere empujar a los visitantes a los atractivos, al contrario deben ser capturados por sus propios intereses (Rosentraub & Mijin, 2009)

Consideraciones de competitividad permiten explorar las ventajas que brinda la internacionalización. Martín (2000:406) ofrece una primera visión del como se puede dar esta relación en la actividad turística. Para ello considera;

- i. Producción: Utilizar toda la capacidad productiva; Economías de escala; Ventajas competitivas en los factores de producción (mano de obra, recursos energéticos, materias primas); y Racionalización óptica de la producción.
- ii. Comercialización: Acceso a un mercado más amplio; Estabilidad de las ventas; Proximidad al cliente; Mejora de la imagen (interna y externa); Eliminación de barreras culturales; Supresión de barreras proteccionistas; Eliminación del coste de transporte internacional; y Reacción frente a la competencia.
- iii. Finanzas: Diversificación de riesgos; Compensación de resultados; Acceso a la financiación; y Planificación fiscal internacional.
- iv. Recursos Humanos: Aprendizaje; y Experiencias trasplantables al mercado nacional.

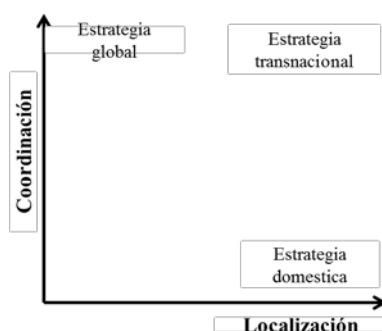
Ya sea como estrategia glocal o transnacional(Ver Figura 1): “El turismo puede transformarse en un importante y dinámico promotor del desarrollo, pero al mismo tiempo representa el desafío para todos los actores implicados de buscar soluciones a los problemas que se pueden generar y para encauzar y orientar el desarrollo del turismo” (Brida; Monterubbianes & Zapata-Aguirre, 2011:292)

Porque el:

*Tourism on its present international scale could not occur without the existence of a large and sophisticated ‘industry’ which enables people to be tourists. That is, without the provision of accommodation, transport entertainment and other facilities, and the without the existence of businesses that organize, package and sell tourist experience or provide essential support, such as insurances or provide essential support, such as insurance or financial services, the majority of people would be unable to participate in tourism* (Sharpley, 1999:30)



Figura 1. Estrategias de internacionalización



Fuente: Martin, 2000:407.

En el ámbito de los destinos turísticos, la competitividad implica ponderar y realizar prácticas de descripción y evaluación con el fin de diagnosticar la rentabilidad que generan las actividades turísticas de un territorio dado (Narváez & Fernández, 2009:103)

### Cooperación Transfronteriza Andorra

Una aproximación geográfica permitirá entender mejor las dinámicas territoriales que generan y condicionan los transportes. La cooperación transfronteriza, se debe explorar sobre el desarrollo de la infraestructura de forma conjunta en la región de Midi-Pyrénées, Andorra así como el aeropuerto en territorio Español, en la Seo de Urgel.

Situado en el centro continental de la Euro región Pyrénées-Méditerranée (Midi-Pyrénées, Languedoc-Rosellón, Cataluña, Islas Baleares), “Andorra” constituye un punto de convergencia importante de los flujos turísticos unidos al turismo de compras y de esquí, el modelo económico del Principado requiere una mejora constante de las infraestructuras de comunicación para conectar mejor Andorra con los grandes ejes de comunicación que sostienen las dinámicas espaciales de la Euro región Pyrénées-Méditerranée (E9,Toulouse-Puigcerdà-Barcelona: A9-AP7, Montpellier-Barcelona-Tarragona).

Con el objetivo de convertirse en una destinación mayor del turismo en los Pirineos, Andorra invirtió masivamente a partir los años 80, en la construcción y el desarrollo de grandes infraestructuras turísticas para reforzar la calidad y la cantidad de su oferta turística (Caldea, Supermercados, Granvalira, Funicamp, etc.) con la finalidad de amortizar estas inversiones importantes. La estrategia de Andorra como país, se enfoca en seducir, captar y la fidelización de más mercados turísticos, procurando que la gente pase por los menos una noche y no solo vaya solo unas cuantas horas a comprar (principalmente) licores, aguardientes y tabaco.

El gobierno de Andorra indica: “la frecuencia turística aumento hasta el 2004, alcanzando los 11,67 millones a partir de entonces esta misma cifra empieza a bajar, y situarse hoy por hoy, en alrededor de los 10 millones de visitantes anuales”

([www.estadistica.ad](http://www.estadistica.ad)). Por otra parte, Andorra como país, participo en la elaboración y la realización de varios proyectos de mejoras a las infraestructuras de comunicación en la zona del Pirineo Oriental (aeropuerto de la Seu d'Urgell, autovía completa entre Toulouse y Barcelona por Puigcerdà), el Principado, se ve hoy, aislado por la fuerte crisis económica y financiera que toca duramente a Cataluña y España, provocando la suspensión de proyectos o una disminución importante de los créditos otorgados.

En tiempo de crisis, Andorra sufre de la falta de carácter como centro de ocio ubicado al margen de las grandes zonas de actividad económica de la Euro región Pyrénées-Méditerranée. Esto pone en evidencia la gran dependencia del país en las economías de sus países vecinos y a los fondos de cohesión europeos.

La cooperación transfronteriza europea, a través de los fondos de coherencia financiados por la Unión Europea, tienden a equilibrar las disparidades territoriales en fin de acompañar el desarrollo competitivo de las periferias rurales del continente viejo. Esta política europea de desarrollo espacial tiene por objetivo una mayor cohesión económica y social y una competitividad más equilibrada del territorio europeo. En una Europa estructurada a partir de sus potentes centros urbanos, repensar la ordenación de los territorios a partir de conceptos capaces de asegurar la supervivencia y la revitalización de las periferias y de los espacios rurales, es evidente.

Si Andorra apostó por un modelo de turismo de cantidad y de calidad durante los años 80 y 90, el país ahora apunta hacia un modelo más sostenible de turismo protegiendo, manteniendo y valorando su patrimonio cultural y natural en la línea de desarrollo sostenible e integrando a los territorios rurales que ambicionan las políticas de cooperación transfronterizas europeas. Como lo subrayaba en su momento Xavier Jordana Rossell, entonces *Ministro de Urbanismo y de Ordenación del Territorio* de Andorra al abrir los debates del Simposio *The accessibility and attractiveness of rural and landlocked areas*», que tenía lugar los 25 y 26 de octubre del 2007 a Andorra-la-Vella, “el paisaje, la ordenación del territorio y el medio ambiente son hoy conceptos fundamentales, como se requiere en cualquiera sociedad que haya elegido un modelo sostenible de desarrollo”. Siguiendo explicando que “La actividad parlamentaria de esos últimos años, daba una gran importancia a esas preguntas. En el marco de la Constitución del 1983, varias leyes relativas al patrimonio cultural, a la ordenación del territorio y al tratamiento apropiado de los desechos generados fueron adoptadas.

Últimamente, las numerosas reuniones y actos institucionales celebrados en Andorra en relación con el desarrollo sostenible a nivel de cooperación transfronterizas o internacional

ponen en evidencia el cambio de imagen que persigue el Principado para posicionarse como un actor reconocido del turismo sostenible en Europa del sur.

Actualmente, una gran variedad de paisajes y monumentos contribuyen a hacer de la Euro región Pyrénées-méditerranée una destinación global, en la que el desarrollo sostenible ambiciona unir las regiones y los actores bajo intereses superiores como la protección del medio ambiente y la conservación de las riquezas patrimoniales. Esas problemáticas universales contribuyen a limitar la lógica de máxima competencia que existe entre los territorios turísticos integrados a la Euro región (playas, estaciones de esquí, alojamiento).

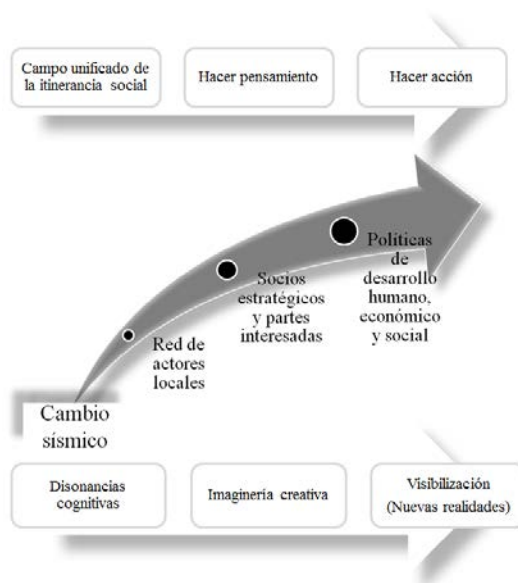
### **Turismo transfronterizo**

“En el discurso de la globalización las fronteras han sido consideradas como sitios marginales, sin embargo las fronteras son hoy en día uno de los espacios más importantes del mundo” (Delgado, 2010). Espacios de transito en la frontera. De manera que estar por solo horas en un lugar no implica estar en un verdadero contacto. En el caso de Andorra la clientela turística de proximidad (en esencia el de frecuencia), sube a Andorra para comprar o pasar un día, desplazándose más que viajando.

“Uno de los elementos que integran nuestra realidad es precisamente la interacción, vínculo o relación que se produce entre actores individuales y colectivos y en este punto parece tener su razón de ser el ARS”. (Gualda, 2005) “[...] definir que es la hibridación es un buen punto de partida para comprender el contexto cultural que permea a las imágenes fronterizas.” (Delgado, 2010)

Ante las posibilidades de integración de los destinos turísticos en la frontera considerando el fenómeno de la globalización, la influencia de la calidad, así como la construcción de redes competitivas con enfoque sistémico (Ver Figura 2); y las posibilidades de destinos turísticos bajo una sola marca en la región fronteriza (Cuevas, 2011: X). Y además: *Understanding the mechanisms that facilitate the flows between country pairs enables the identification of barriers and/or developmental possibilities that may have otherwise been overlooked. Moreover, inefficiencies may be identified and remedial action initiated.* (Prideaux, 2005: 796). En este sentido el [...] *a development model must recognize that while tourism growth hinges on a destination's locational attributes, and forces generated wholly within it, it also depends on a multitude of factors transcending political boundaries, such as the interaction of local and international agents of tourism development, as well as the nature of tourism demand* (Ioannides, 1989:713).

Figura 2. Fuerzas de aceleración del turismo creativo y cambio de las dimensiones espacio – tiempo (nuevas constelaciones y realidades sociales)



Fuente: Molina (2011:50-51)

El Cambio sísmico red, que implica socios y desarrollo socioeconómico. Para ello es necesaria,

[...] la ampliación del juicio fenomenológico del turismo transfronterizo, no solo con recursos culturales, patrimoniales, de infraestructura, y desde la perspectiva de los actores y *stakeholders* debido a que se requiere la combinación en los criterios de colaboración y estructura de la comunidad fronteriza. Bajo este contexto, es interesante analizar cómo la conjunción de diferentes variables favorece o afectan la interacción entre los actores y *stakeholders*; para ello el análisis de redes contribuye con la observación del grado estructural y composición de las relaciones entre los mismos (Cuevas, Carmona & Zizaldrá, 2012).

Porque: “El turismo creativo se basa en la colaboración, en vivir en equilibrio con el medio natural, respetando la cultura, las personas, los colectivos, buscando el desarrollo humano, económico y social” (Molina, 2011:50). De manera que se apoya en la resiliencia como su estrategia central que consiste en la construcción de las capacidades, aumentando la flexibilidad y la autonomía de la comunidad y de las personas.

### **Principado de Andorra y turismo**

El Principado de Andorra, se ubica en la zona alta del Pirineo oriental, entre las Regiones francesas de Midi-Pyrénées y Languedoc-Roussillon, y la autonomía de Cataluña, Andorra es un país de montaña (altitud mediana de 1997 metros) accesible únicamente por carretera. Se puede acceder al principado pasando por el Túnel d’Envalira a unos 2100

metros viniendo de Francia o por Sant Julià de Loria al sur viniendo desde España. El punto fronterizo de Sant Julià es el punto más bajo del principado a unos 870 metros de altitud.

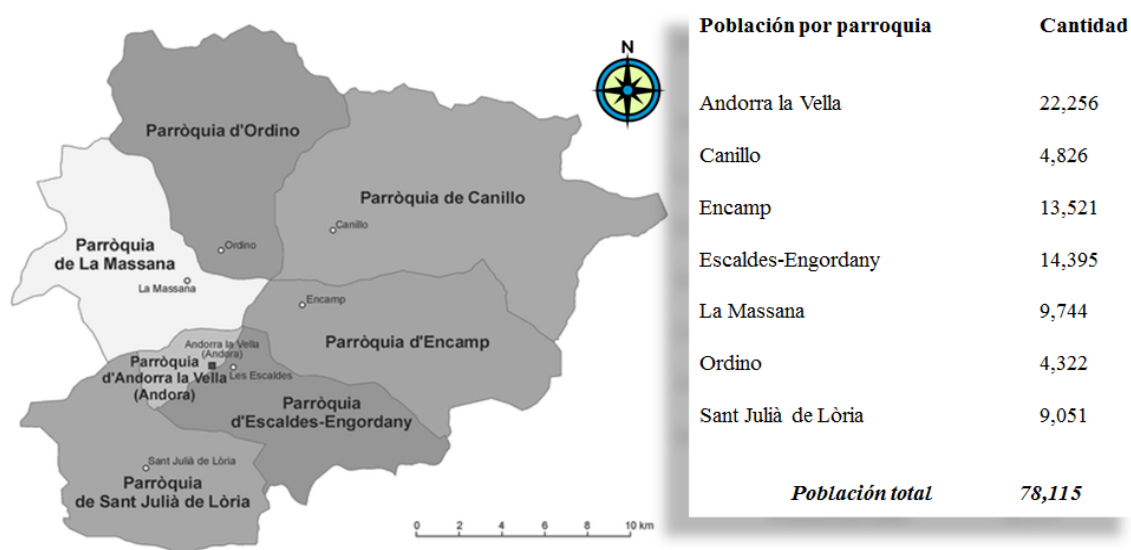
### Evolución socio-económica de Andorra

País rural y geográficamente aislado, el principado de Andorra vivía esencialmente de una economía agro-silvo-pastoral hasta los años 50 (Ver Figura 3). El país se encuentra dividido en siete parroquias: Andorra la Vella; Canillo; Encamp; La Massana; Escaldes-Engordany; Ordino; y Sant Julia de Loria.

La puesta en marcha en el año 1957 del primer telesillas en el punto fronterizo del Pas de la Casa (Parroquia d'Encamp), inicio el desarrollo del turismo de invierno (Esquiar) y de compras (Comas d'Argemir, 2002).

A partir de la década de 1950 Andorra conoció un desarrollo económico fulgurante principalmente a partir de la venta de artículos de importación sin tasas, atrayendo cada vez más turistas venidos de Francia y España. Con el desarrollo del turismo se inicio un *boom* inmobiliario que aceleró la urbanización de los campos de Andorra. Esta transformación de la sociedad andorrana, generó un crecimiento importante del nivel de vida local y reforzó la dependencia del país en el turismo y comercio.

Figura 3. Población del Principado de Andorra por Parroquia



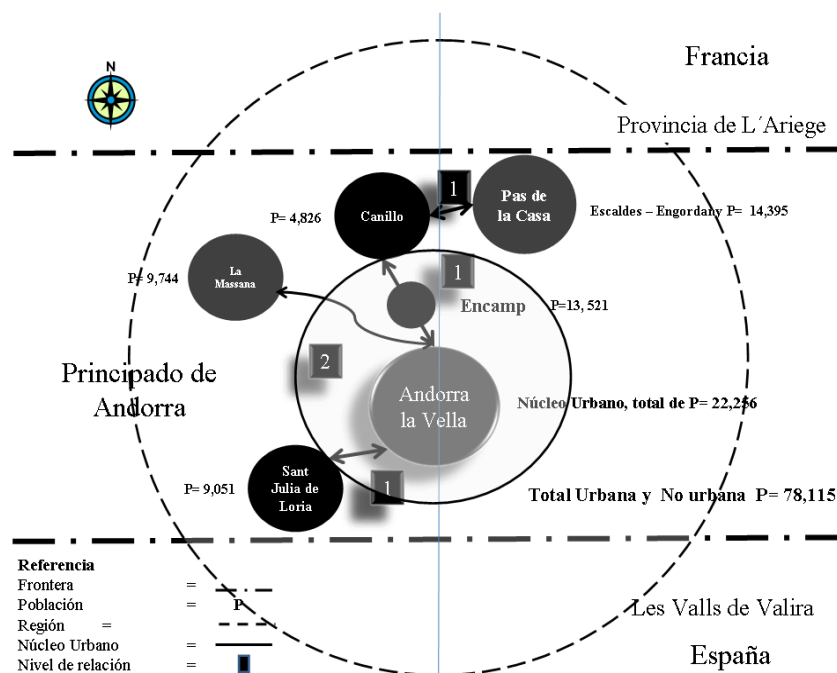
Fuente: Elaboración propia con base *Censos parroquials dels Comuns, Sèries amb periodicitat mensual* 2011 [en línea] [www.estadistica.ad](http://www.estadistica.ad). Consultada en octubre de 2012.

La actividad turística en Andorra se encuentra cada vez diversificada. Si bien el comercio aporta el 18% al Producto Interino Bruto (PIB), la actividad reporta solo en hospedaje el 7,9% al PIB, lo que representa el 25.9% del total del PIB (Ver, Andorra en Xifres, 2011). Solo para el 2011 visitaron el país nueve millones de visitantes, entre turistas y

excursionistas. “El principal motivo de visita son las compras (50%) y el ocio (27%)” (Gobierno de Andorra, 2012:6).

De acuerdo a la Figura 4, el núcleo urbano representa el 46% de la población, su nivel de relación con las comunidades aledañas se encuentra en el nivel uno, ya que por las características únicas del país, las comunidades se encuentran menos de diez kilómetros de distancia y sobre un eje carretero.

Figura 4. Núcleo del principado de Andorra y nivel de interacción



Fuente: Elaboración propia con base Censos parroquials dels Comuns, Sèries amb periodicitat mensual 2011 [en línea] [www.estadistica.ad/](http://www.estadistica.ad/), consultada en octubre 2012

### Andorra y sus accesos

*This bill, limited in scope, since it carries an exchange of territory between France and the Principality of Andorra surfaces 15,595 m2 respectively, will nevertheless, by its adoption, improve clearly the road link between the two countries (Ver Tabla 1), which is undergoing a single lane, saturated summer and winter dangerous, because of its altitude.* (Roujas, 2001).

Tabla 1. Cruces fronterizo de automóviles al Principado de Andorra por España y Francia

Cruces	2009	Variación	2010	Variación	2011	2012 Acumulado (1o. al 9o mes)
Automóviles	4,055,152	+40,366	4,095,518	-22,394	4,073,124	3,041,462

Fuente: Elaboración propia con base a Ministeri de Justícia i Interior / Departament de Protecció Civil i Gestió d'Emergències 2011 [en línea] [www.estadistica.ad/](http://www.estadistica.ad/), consultada octubre 2012.

La cooperación transfronteriza, de manera que se debe explorar sobre el desarrollo de la infraestructura de forma conjunta en la región de Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon, Andorra así como el aeropuerto en territorio Español, en la Seo de Urgel. Una aproximación geográfica permitirá entender mejor las dinámicas territoriales que generan y condicionan los transportes (Ver Tabla 2).

*The second path that is planned to open borrow for the most part, a rectilinear tunnel, thus providing a shorter passage and safer. For France, this exchange is also advantageous because it will be able to control the course of the Ariège, in fact, Andorra to abandon our country the bank of that river belonged to him before. Finally, the agreement was an opportunity to undertake other negotiations on the demarcation of borders between the two countries, which relied far on customary bases. (Roujas, 2001).*

Tabla 2. Visitantes al Principado de Andorra llegando por España y Francia

<b>Turismo</b>	<b>2006</b>	<b>Variación</b>	<b>2007</b>	<b>Variación</b>	<b>2008</b>	<b>2009 Acumulado (1o. al 2o mes)</b>
<b>Visitantes</b>	10.736.722	-2,8%	10.743.201	0,1%	10.193.749	2.837.646

Fuente: Elaboración propia con base a Ministeri de Justícia i Interior / Departament de Protecció Civil i Gestió d'Emergències 2011 [en línea] [www.estadistica.ad/](http://www.estadistica.ad/), consultada octubre 2012.

Con el desarrollo rápido del turismo y del comercio, los flujos de desplazamientos hacia Andorra aumentaron rápidamente poniendo en evidencia la necesidad de mejorar las infraestructuras de comunicación.

Cierto es que, varios proyectos en materia de desarrollo de las infraestructuras de comunicación se han llevado a cabo esos últimos 10 años en el sector D'Andorra (Túnel du Puymorens 1994, Túnel d' Envalira 2002), pero aun y con ello no se a sufragado los detalles de trafico, ahora en el túnel muchos se quedan ahora frenados o paralizados por la falta de recursos ligados a la crisis económica y financiera en Europa.

*The Principality of Andorra, extent of 468 square kilometers between France and Spain, which has about 70,000 inhabitants, derives most of its economic resources of its territory on purchases by tourist's foreigners who go there. The tourist flow is not generated solely by rates very attractive practiced by the Principality on a number of products heavily taxed in the riparian countries (tobacco and alcohol, primarily), but also by its beautiful natural landscapes, providing opportunities hiking in the mountains and wild places.(Roujas, 2001).*

### Túnel d' Envalira, E9, frontera francesa

Con la necesidad de construir un acceso más rápido y seguro al país desde Francia, evitando el Port d'Envalira (2407 metros, el más alto del Pirineo) y la urbanización turística y fronteriza del Pas de la Casa, se decidió la construcción del *Túnel d'Envalira* en 1998 para una inauguración en septiembre del 2002. (Timothy, Guia & Berthet, 2012).

Por la Boca oeste, se accede al Túnel de Envalira a través de un desvío de la Carretera General número 2 de Andorra (Ver Tabla 3). El desvío se encuentra en el kilómetro 23, a unos 300 metros antes del desvío hacia las pistas de esquí de Grau-Roig. A la boca este del túnel de Envalira se accede por la *Route Nationale* francesa número 22 pasando la rotonda que la conecta con el viaducto que atraviesa el río Ariège; en esta se encuentra el área de peaje así como el edificio de Control y las Oficinas de la Concesionaria.

Desde *El Túnel*, como le denominan, las distancias se han acortado, así como los tiempos, ahora es posible acceder de forma más rápida a las comunidades en el principado:

Tabla 3. Distancias y tiempos desde El Túnel

Comunidad	Distancia/ kilómetros	Tiempo/ Minutos
Andorra la Vella	26,9	32
Canillo	15,5	18
Encamp	19,7	24
La Massana	30.2	39
Escaldes-Engordany	24,2	30
Ordino	32.9	44
Sant Julia de Loria	33	46

Fuente: Elaboración propia con base a [en línea], [www.tuneldenvalira.com/maps.html](http://www.tuneldenvalira.com/maps.html) consultada octubre 2012.

El Valle del Valira, veredera espina dorsal de Andorra, esta desde entonces mejor comunicado con el alto Valle de L'Ariège francés donde se ubica el Pas de la Casa, y más allá con la carretera europea E9 que une la ciudades de Toulouse en Francia con Barcelona (Cataluña). La ampliación de esta carretera en autovía entre Tarascon-sur-Ariège y la ciudad catalana de Berga (tramo de dos vías), estaba enfocada para permitir mayores intercambios entre Toulouse y Barcelona sin pasar por el punto fronterizo del Perthus, en la región del Languedoc-Roussillon. El *Principado de Andorra* está interesado en esta mejora del E9 al poder conectarse a dos grandes metrópolis industriales que constituyen dos mercados emisores importantes del turismo de proximidad en Andorra.

Las obras de desdoblamiento del E9 entre Tarascon-sur-Ariège y l'Hospitalet-près - l'Andorre, se confrontan a la disminución de los créditos del estado francés para la mejora de esta carretera. El desvío de los pueblos de Tarascon-sur-Ariège o/y d'Ax-les-Thermes lleva



ya años de retraso [su construcción], a pesar del fuerte tráfico que cruza el pueblo cotidianamente entre Andorra y Midi-Pyrénées (*www.Ladepeche*, 2012).

### **Estación de tren de l'Hospitalet**

Esta estación ubicada en la provincia de l'Ariège a unos 7km del Pas de la Casa, constituye el principal acceso ferroviario al principado de Andorra desde Toulouse (*www.ter-sncf.com*, 2012) o desde Barcelona en correspondencia en Latour-de-Carol. Últimamente, el *Conseil Régional de Midi-Pyrénées* ha invertido 31 millones de euros para el mantenimiento de la vía de ferrocarril Toulouse -Latour-de-Carol (*www.ariegenews.com*, 2012). En Cataluña, un plan de renovación y de mantenimiento de la línea de ferrocarril Barcelona-Latour-de-Carol ha permitido reducir el tiempo de viaje de 43 minutos entre Barcelona y Puigcerdà (*http://premsa.gencat.cat/*, 2012).

### **N145-Sant Julia de Loria, frontera española**

Si una gran parte de los flujos que entran y salen en Andorra pasan por el punto fronterizo de Sant Julià de Lloria, la carretera estatal N145 que une este punto con la ciudad catalana de la Seu d'Urgell padece de su mal estado general, por la falta crónica de créditos consagrados a su mejora o a su mantenimiento. (*www.elperiodicdandorra*, 2012).

### **Aeropuerto/Aeródromo de la Seu d'Urgell**

Abierto hace dos años (2010), este aeropuerto fue renovado y reordenado para acoger aviones regionales para la deserta del principado (*www.aeroportlaseu.cat*). El tráfico generado sigue siendo igualmente limitado. Los Tour operadores siguen volando a Toulouse-Blagnac o Barcelona el Prat o Girona para llevar los turistas a Andorra. El nuevo aeropuerto de Lleida l'Alguairó (*www.aeroportlleida.cat*, 2012), que fue construido para la deserta de las estaciones de esquí del Pirineo, no tiene el tráfico esperado. La deserción de Pyrenair (*www.lavanguardia.com/*, 2012) y de varias aerolíneas (Vueling y Ryanair) por falta de tráfico, no ha permitido hacer de esta plataforma aeroportuaria un elemento generador de flujo de turismo con Andorra.

Siete carreteras comunican a las comunidades del Principado de Andorra (Ver Figura 5), tres comunidades se enlazan mediante este sistema carretero, de las cuales solo una de ellas cuenta con estación de tren en el área francés y un aeropuerto cercano en el espacio español.

### **Autobús transfronterizo**

De acuerdo a la Tabla 4, varias empresas unen las estaciones o los aeropuertos de las ciudades de Toulouse, Barcelona, Girona o Lleida al Principado de Andorra (*www.frogbus.com*, *www.andorrabus.com*, *www.andorradirectbus.es*) regularmente.

Tabla 4. Tabla de distancias desde Andorra

Comunidad	País	Distancia kilometros	Transporte
La Seu d'Urgel	España	10	
Lleida	España	141	<i>Aereo/Tren</i>
Barcelona	España	208	<i>Aereo/Tren</i>
Madrid	España	613	<i>Aereo/Tren</i>
L'Hospitalet	Francia	15	<i>Tren</i>
Foix	Francia	76	<i>Aéreo/Tren</i>
Perpignan	Francia	128	<i>Aéreo/Tren</i>
Toulouse	Francia	185	<i>Aéreo/Tren</i>
Paris	Francia	861	<i>Aéreo/Tren</i>

Fuente: Elaboración propia con base a [en línea], [www.andorra.ad](http://www.andorra.ad) consultada octubre 2012.

En relación con lo anterior las rutas de autobuses con destino al principado de Andorra, entre ellas Frogbus, fundada por Whatmore y Shannon (2012) empezaron operando con un línea Perpignan aeropuerto de Girona y ahora cubren Barcelona -Andorra, Girona Aeropuerto-Andorra, Toulouse-Andorra.

La oferta se ha visto compensada (Ver Tabla 5) por al menos cinco comunidades de donde parten autobuses que tienen como destino Andorra, otras compañías como Novatel, Alsina Graells, Directbus, La Hispano, entre otras, han visto como una oportunidad contar como destino el Principado de Andorra.

Tabla 5. Rutas de autobuses con Andorra

Comunidad	Opcione1	Opcione2	Opcione3
<b>A. Barcelona aeropuerto del Prat</b>	A.1.Novatel. www.andorrabybus.com. Servicio diario (excepto 20/12 y 01/01).	A.2.Directbus. www.andorradirectbus.es	
<b>B. Barcelona Ciutat</b>	B.1.Alsina Graells (Grupo ALSA)/ Estación del Norte. (<> Arc de Triomf). Servicio diario por diversos trayectos. www.alsa.es	B.2.Directbus. Estación de Sants (<> Sants) www.andorradirectbus.es	
<b>C. Lleida (estación: c/ Saracibar, 2 – Av. Madrid)</b>	C.1.Alsina Graells (Grupo Alsa)/ -(enlace con el AVE)— www.alsa.es. Directo de Estación de Autobuses Lleida a estación de Autobuses Andorra	C.2.Viatges Montmantell— <a href="http://www.montmantell.com">www.montmantell.com</a> . Servicio diario. Servicio a domicilio (Andorra, Escaldes, Sant Julià y Encamp + suplemento)	C.3.Seu D'Urgell- Andorra - La Hispano Andorrana
	C.4.La Seu D'Urgell - Puigcerdà (enlace con RENFE) - Alsina Graells (GrupoALSA)/www.alsa.es. Consultar horarios y precios con	C.5.Viatges Soldevila. www.viatges-soldevila.com	

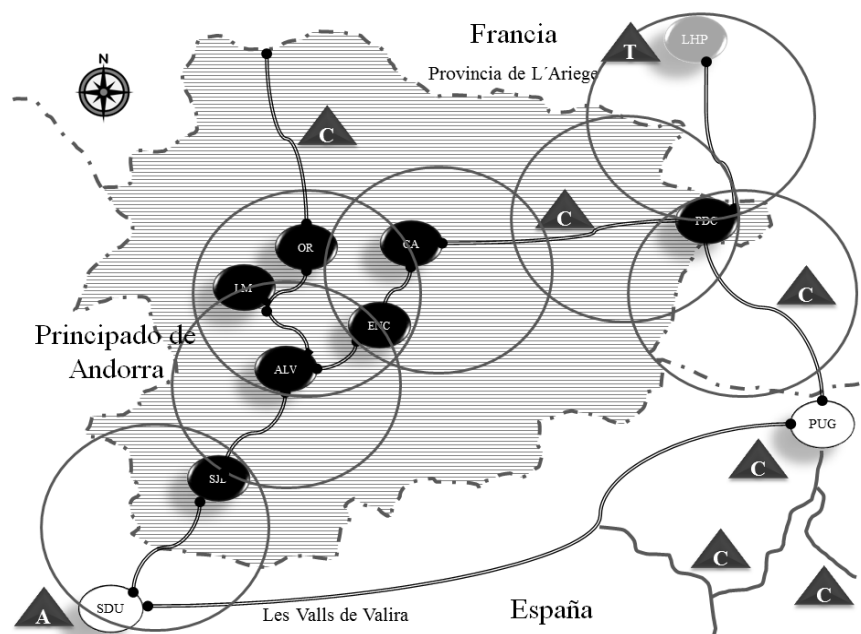
	la compañía.		
<b>D. Tarragona</b>	D.1.ViatgesMontmantell <a href="http://www.montmantell.com">www.montmantell.com</a> . Por Tárrega, Montblanc, Valls, Aeropuerto de Reus, Tarragona, Salou, Cambrils, Miami Playa y Hospitalet del Infante.	D.2.La Hispano Igualadina –Diario por Salou, Valls, Montblanc y Ponts	D.3.Reus al Aeropuerto / Servicio diario <a href="http://www.reustransport.cat">www.reustransport.cat</a>
<b>E. Girona – Aeropuerto Girona / Costa Brava</b>	E.1.Andorra – Vic - Aeropuerto Girona/Costa Brava – estación bus Girona. NovateLwww.andorraybus.com. Servicio diario (excepto 25/12 y 01/01)		

Fuente: Elaboración propia con base a <http://www.andorra.ad>

Así, en la actual estructura territorial del turismo en el Principado de Andorra y las decisiones y eventos surgidos en Francia y España son de peso. Clave y González (2007:35) opinan que: “[...] la movilidad y la circulación son conceptos fundamentales para entender el turismo así como los sistemas de comunicación y transporte que lo posibilitan” (Ver Figura 5). Continúan argumentando:

La movilidad turística no es caprichosa sino que responde a unos flujos organizados en función de las preferencias de la demanda y que dan lugar a espacios o áreas turísticas. A pesar que desde el punto de vista técnico los desplazamientos pueden efectuarse a grandes distancias, [...] gran parte de dichos flujos estructuran relaciones de proximidad geográfica, dando lugar a desplazamientos fundamentalmente de ámbito regional (35-36).

Figura 5. Red de medios de comunicación del Principado de Andorra



Fuente: Elaboración propia.

<b>Referencias</b>	<b>Parroquias</b>
○=Distancia 10 kilómetros	P ALV= Parroquia de Andorra la Vella
<b>Comunidades</b>	P C= Parroquia de Canillo
A= Andorra, Andorra	P E= Parroquia de Encamp
ALV=Andorra la Vella, Andorra.	P LM= Parroquia de La Massana
CA=Canillo, Andorra.	P O= Parroquia de Escaldes –Engordany
LM=La Massana, Andorra.	P O= Parroquia de Ordino
PDC=Pas de la Casa, Andorra	P O= Parroquia de Sant Julia de Loria
SJL= Sant Julia de Loria, Andorra.	<b>Vías de Comunicación</b>
PUG=Puigcerda, España.	A =Aeropuerto
SDU= Seu D Urgell, España	C =Carretera
LHP=L Hospitalet, Francia.	T =Tren



## Conclusión

Turismo y comercio componen los dos asientos primordiales de la actual economía interna de Andorra. La aproximación geográfica ha permitido entender las dinámicas territoriales que generan y condicionan los transportes. Ejemplo de ello la sociedad Frogbus ([www.frogbus.com](http://www.frogbus.com)), asegura recorridos con Andorra desde el aeropuerto de Girona y desde Barcelona y Toulouse. Los dirigentes de esta sociedad, Allistair Whatmore y Joe Shannon (2012) dos irlandeses muy activos, comentan ellos que no se ven como actores de la transportación transfronteriza, sino como actores económicos contestando a una demanda. Ante esta respuesta se les indicó, que entraban plenamente en la estructura del espacio turístico euro regional y que participaban plenamente a la dinámica transfronteriza. Entonces es cuando explicaron como las instituciones publicas no jugaban el mismo papel con ellos según que era en Perpignan, en Toulouse, en Girona o en Barcelona. O sea que para ellos, la relación con los actores institucionales (*Generalitat de Catalunya, Conseil Régional Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon, Conseil Général des Pyrénées-Orientales*) es de amor y odio. Se les cuestionó sobre su relación con Andorra, a nivel institucional.

La actividad turística del principado no se basa en los atractivos tradicionales más bien se apoya en las ventajas económicas y legales que el país le ofrece a los visitantes. Mientras en el contexto económico [actual] la falta de subvenciones públicas en el caso de España se ha suspendido el aeropuerto de Lleida. De manera que el tráfico posible hacia el principado, se ha mermado.

Luego entonces la labor del aeropuerto de Barcelona si considera los vuelos europeos ya que es el nodo distribuidor natural para llegar a Andorra. Mientras Toulouse sirve de base para los Tour operadores ingleses, pero aquí también están subiendo los costos de operación. De manera que con la crisis, subirán las tasas aeroportuarias en España y esto como todo tendrá un impacto sobre los flujos.

También se ha quedado paralizado el proyecto de autopista *Ax-les-thermes* túnel del Cadi, como el eje Toulouse -Barcelona por la autopista en los Pirineos. Andorra participó en la financiación de este proyecto, pero de momento, a quedado en espera. La construcción del tramo se llevará a cabo, más sin embargo no en este momento. Aunque la cuestión, tiene su respuesta en la solución de aglomeraciones urbanas de Toulouse, Montpellier y Barcelona, primordialmente.

### Referencias:

- Acerenza, M. Á. (1984). *“Administración del turismo”. Planificación y dirección*. México: Editorial Trillas.
- Antón Clavé, S. & González Reverte, F. (2007). *A propósito del turismo: La construcción social del espacio turístico*. Barcelona: Editorial UOC.
- Brida, Juan G.; Monterubbianes, P. D. & Zapata-Aguirre; S. (2011). “Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia”. En *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 9 N° 2 pp. 291-159.
- Cazorla, X. & Romani, J.-M. (2008). “Una estrategia de desenvolupament sostenible per a l'Euroregió Pirineus-Mediterrània: orientacions bàsiques”. Barcelona: Consell Assessor per al Desenvolupament de Catalunya (CADS), Generalitat de Catalunya.
- Comas d'Argemir, D. (2002). *Andorra: Una Economía de Frontera*. Lleida: Pagès.
- Conde, J. (2003). *Economía, Transporte y Medio Ambiente*. Madrid. España. Nivola libros y ediciones.
- Cooperación Territorial Europea (2007). “Programa Operativo de Cooperación, Territorial España-Francia-Andorra 2007-2013”. Versión revisada, 15 de octubre.
- Cuevas Contreras, T., Carmona Vega, E. & Zizaldrá Hernández, I. (2012). “Turismo transfronterizo reticular. Exploración del caso como ciudades hermanas: Ciudad Juárez, Chihuahua – El Paso, Texas”. En Tomás Cuevas-Contreras & Alejandro Palafox Muñoz (2012). *Turismo en la frontera del conocimiento: entre la modernidad y la posmodernidad*. México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez/ Academia Mexicana de Investigación Turística, A.C.
- Cuevas, T. (2011). “Competitividad del destino turístico: Examen reticular del consorcio fronterizo México-Estados Unidos”. Memorias en extenso en el *VII Foro Nacional y III Internacional sobre turismo en Colima “Lic. Guillermo Díaz Zamorano”*, a desarrollarse los días 29 y 30 de septiembre del año en curso, en la ciudad de Colima, Col.

De Esteban Curiel, J. (2008). *Turismo Cultural y Medio Ambiente en Destinos Urbanos*. Madrid: Editorial Dykinson.

Delgado Ávila, N. (2010). “Tres rostros para conocer la frontera. Las imágenes de la frontera Tijuana-San Diego”. *Actas de Diseño* N° 9. 9(5) Julio, pp. 87-95.

Gates, B. (2000). *Business @ the Speed of Thought: Succeeding in the Digital Economy*. USA: Warner Books.

Gobierno de Andorra (2012). “Andorra en cifras 2011”. *Gobierno de Andorra: Ministerio de Finanzas y Función Pública, Departamento de Estadística* [en línea] <http://www.estadistica.ad> Consultada en octubre de 2012.

Gómez Borja, M. Á.; Mondéjar Jiménez, J. A. & Sevilla Sevilla, C. (2005). Gestión del turismo cultural y de ciudad. España: No. 85 de Colección Humanidades / Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

González, Rodrigo C. & Mendieta, Martín D. (2009). “Reflexiones De Conceptualización de la Competitividad de Destinos Turísticos”. En *Cuadernos de Turismo*, Número 23, Enero-Junio, pp. 111-128.

Gualda Caballero, E. (2005). “Pluralidad teórica, metodológica y técnica en el abordaje de Las redes sociales: hacia la “hibridación” disciplinaria”. *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*. 9(1) Diciembre, pp. 1-25.

Gutiérrez Puebla, J. (1998). “Transporte, movilidad y turismo en los centros históricos”. En *Eria*, 47, pp. 241-248.

Ioannides, D. (1989). “Tourism Development Agents. The Cypriot Resort Cycle”. En *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, pp. 711-731.

Jackson, M. S.; White, Gerard N. & Schmierer, Cl. L. (1996). “Tourism Experiences within an Attributional Framework”. En *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, No. 4, pp. 798-810

Jordana Rossell, X. (2007). International CEMAT Seminar on “The accessibility and attractiveness of rural and landlocked areas: sustainable transport and services of general interest”, Andorra, Principality of Andorra, 25-26 October.

Lazzari, L. L.; Molina, P. I.; Fernández, M. J.; Chiodi, Jorge A.; Chelmicki, Fl.; Chiodi, Matías & Eriz, M. (2010). “Análisis de los Destinos Turísticos elegidos por los jóvenes en Verano 2009”. *Cuadernos del CIMBAGE*, Número 12, pp. 53-70.

Marchena Gómez, M. & Repiso Rubio, F. (1999). “Turismo Cultural: El caso de Sevilla”. En *Cuadernos de Turismo*, No. 4, pp., 33-50.

Martín Rojo, I. (2000). Dirección y gestión de empresas del sector turístico. España. Ediciones Pirámide

- Medaglia Silveira, J. & Silveira, C. E. (2009). “La evolución del marketing de destino. Su Sinergia con la Planificación Turística”. En *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 18, Número 5, Septiembre, pp. 530-545.
- Molina, S. (2011). *Turismo Creativo. El fin de la competitividad*. Chile:Sergio Molina/www.escritores.cl.
- Moragues Cortada, D. (2006). Turismo, cultura y desarrollo. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional/Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- Narváez, M. & Fernández, G. (2009) “Indicadores de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad: un análisis aplicado a la península de Paraguaná.” *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, Vol. XV, Núm. 2, julio-diciembre, pp. 101-119.
- OMT (1998). *Introducción al turismo*. Madrid España: Egraf /Organización Mundial del Turismo.
- Peña Medina, S. (2003) “Comercio Transfronterizo y Su Impacto en la Región de El Paso-Ciudad Juárez: Una Propuesta de Financiamiento de la Planeación Binacional”. *Frontera Norte*, Enero-Junio, Vol. 15, Número 029. pp. 1-12.
- Prideaux, B. (2005). “Factors Affecting Bilateral Tourism Flows”. En *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 3, pp. 780-801.
- Rosentraub, M. S. & Mijin J. (2009) “Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions?” En *Tourism Management* 30, pp. 759–770.
- Roujas, G. (2001). N° 328, Sénat, Session Ordinaire de 2000-2001. Annexe au procès-verbal de la séance du 16 mai 2001. RAPPORT. FAIT au nom de la commission des Affaires étrangères, de la défense et des forces armées (1) sur le projet de loi autorisant la ratification du Traité entre la République française et la Principauté d’Andorre portant rectification de la frontière, pp. 1-3.
- Seassom, H. D. & Henderson, K. A. (1999). *Introduction Leisure Service*. State Collage Pennsylvania: Venture Publishing.
- Sharpley, R. (1999). *Tourism, Tourists, and society*. Huntingdon, Cambridgeshire, United Kingdom; Elm Publications.
- Sort, J. J. (2006). *Redes metropolitanas*. Barcelona España: Barcelona regional.
- Timothy, D. J., Guia, J.& Berthet, N. (2012). “Tourism as a catalyst for changing boundaries and territorial sovereignty at an international border.” *Current Issues in Tourism*, pp. 1 -7.
- Wilkinson, P. F. (1989). “Strategies for Tourism in Island Microstates”. En *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, pp., 153-177.

## Entrevista

Whatmore, A. (2012). Entrevista personal, con *Cofundador y Director de Frogbus*, realizada el 5 de junio del 2012, en Perpignan, Francia.

Shannon, J. (2012). Entrevista personal, con *Cofundador y Director de Frogbus*, realizada el 5 de junio del 2012, en Perpignan, Francia.

## Fuentes electrónicas

[http://premsa.gencat.cat/pres\\_fsvp/AppJava/notapremsavw/detall.do?id=46304](http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/AppJava/notapremsavw/detall.do?id=46304)

[www.aeroportlaseu.cat](http://www.aeroportlaseu.cat)

[www.aeroportlleida.cat/index.php?id=6](http://www.aeroportlleida.cat/index.php?id=6)

[www.andorra.ad](http://www.andorra.ad)

[www.andorrabus.com](http://www.andorrabus.com),

[www.andorradirectbus.es](http://www.andorradirectbus.es)

[www.ariegenews.com/ariege/en\\_bref/2011/35296/la-ligne-ferroviaire-toulouse-latour-de-carol-rouvre-entierement-apres.html](http://www.ariegenews.com/ariege/en_bref/2011/35296/la-ligne-ferroviaire-toulouse-latour-de-carol-rouvre-entierement-apres.html)

[www.elperiodicdandorra.ad/economia-/22887-espanya-pessuposta-189000-a-la-n-145-i-propicia-un-nou-retard.html](http://www.elperiodicdandorra.ad/economia-/22887-espanya-pessuposta-189000-a-la-n-145-i-propicia-un-nou-retard.html)

[www.estadistica.ad/](http://www.estadistica.ad/)

[www.frogbus.com](http://www.frogbus.com)

[www.ladepeche.fr/article/2010/06/25/862260-nouvelles-destinations-au-depart-de-toulouse-catalogne-portugal-italie.html](http://www.ladepeche.fr/article/2010/06/25/862260-nouvelles-destinations-au-depart-de-toulouse-catalogne-portugal-italie.html)

[www.lavanguardia.com/economia/20110212/54113520192/pyrenair-suspende-los-vuelos-en-lleida-alguair-por-falta-de-rentabilidad.html](http://www.lavanguardia.com/economia/20110212/54113520192/pyrenair-suspende-los-vuelos-en-lleida-alguair-por-falta-de-rentabilidad.html).

[www.ter-sncf.com/Region/midi\\_pyrenees/gare/ANDORRE%20L'HOSPITALET.aspx](http://www.ter-sncf.com/Region/midi_pyrenees/gare/ANDORRE%20L'HOSPITALET.aspx)

[www.tuneldenvalira.com](http://www.tuneldenvalira.com)